

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Vyřešili jsme potřebu České vakcinologické společnosti ČLS JEP (ČVS) aktivní komunikace v reakci na sílící mediální prezentaci tzv. antivakcinářů, zpochybňující účinnost očkování. Agentura musela komunikačně obhájit reputaci očkování, prokazatelně nejuspěšnějšího nástroje zdravotní prevence; a prakticky tak pomohla ČVS udržet vysokou proočkovanost v ČR a reálně řešit ochranu proti šíření epidemií a udržet kolektivní ochranu. Realizovali jsme 3dílňou vzdělávací akademii pro novináře – odvážný projekt cílený na školení novinářů v odborné a náročné problematice a zavedení ČVS a prof. Romana Chlíba coby odborníky v oblasti očkování. Podařilo se vybudovat nadstandardní vztahy mezi novináři a ČVS, proškolení klíčové novináře, připravit srozumitelná 35stránková skripta o očkování a iniciovat v průběhu roku mediální zásah přes 7 mil. OTS.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

**TÉMA OČKOVÁNÍ SI PŘIVLASTŇUJÍ NE-VAKCINOLOGOVÉ S ALTERNATIVNÍMI NÁZORY:** K očkování se aktivně vyjadřuje několik lékařů s alternativními názory, kteří nejsou svou odborností specialisty na vakcinologii. Médii poskytují poplašné zprávy typu „očkování způsobuje autismus“ a získávají tak mediální prostor. Potřebovali jsme novináře upozornit na nutnost rozlišovat odbornost, znalost a tedy i důvěryhodnost lékařů vyjadřujících se k očkování, aniž bychom šli do přímého mediálního střetu s antivakcináři. Zároveň jsme jako autoritu na očkování doporučili profilovat ČVS a prof. Chlíba. **PROTIOČKOVACÍ NÁLADA ZAPŘÍČIŇUJE NÁVRAT EPIDEMIÍ:** Komunikační kampaní jsme šířili mezi novináře osvětu o významu očkování a vysoké proočkovanosti – bojovali jsme za ochranu zdraví veřejnosti. Ze zahraničních zkušeností vyplývá úzká provázanost mezi sílící antivakcinářskou náladou, poklesem proočkovanosti a vypuknutím epidemií nemocí, které lze držet pod kontrolou očkováním. Např. na Slovensku působí silná antivakcinářská lobby a proočkovanost v populaci se snižuje. Do Německa či Japonska se kvůli snížení proočkovanosti vrátily epidemie spalniček. **ORGANIZAČNÍ OMEZENÍ:** Projekt jsme připravili s omezeným rozpočtem klienta. Vypořádali jsme se s časovou vyčerpáním profesora.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Z mediální analýzy za r. 2013 vyplývá, že se k očkování do médií vyjadřuje řada odborníků. Informace napadající účinnost očkování šíří výhradně lékaři, jejichž odbornou specializací není vakcinologie. Po skončení vzdělávací akademie novinářky vyplňovaly hodnotící dotazníky. Oceňovaly kvalitu obsahu, provedení i odborný přínos seminářů.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Klientovi jsme doporučili vyvarovat se přímého či živého mediálního střetu s antivakcináři, kteří svou kvalifikací a odborností nejsou odpovídajícím partnerem pro diskusi. Případným mediálním dialogem s nimi jsme nechtěli umožnit další šíření nepravdivých a poplašných zpráv. Zvolili jsme proto strategii založenou na exkluzivním přístupu k novinářům v podobě speciálního vzdělávacího programu o očkování – vzdělávací akademii. Ta vyvracela konkrétní mýty antivakcinářů a zároveň srozumitelně vysvětlovala význam očkování. Jako hlavního odborníka na očkování jsme profilovali vakcinologa prof. Chlíba, vědeckého sekretáře ČVS. Záměrně jsme zvolili sympatického lékaře schopného komunikovat s novináři i laiky.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1) Vytipovali jsme významné české novináře z oblasti zdravotnictví a zjistili jejich zájem o vzdělávací akademii 2) Klíčová témata jsme spojili s nejnámějšími mýty, které prezentuje antivakcinářská lobby 3) Realizovali jsme 3 semináře, na všech byl hlavním mluvčím prof. Chlíba, ČVS, kterého na naše doporučení doplňovali mluvčí z praxe – epidemiolog, pediatr a infektolog 4) Pro komunikaci s novináři jsme zvolili osobní pozvánku, personifikovaný e-mail a telefonát 5) Na semináře jsme připravili rozsáhlé odborné, ale pro laiky srozumitelné, tiskové materiály o očkování. Jsou nadčasové a jediné svého druhu, čítají celkem 35 stran a slouží zároveň jako studijní materiál, skripta 6) Projektu jsme vytvořili jednotnou grafickou identitu (pozvánky, skripta, certifikáty, dotazníky)

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Proškolení 16 klíčových novinářů (lifestyle, deníky, ČTK, TV); kompletní účast – např. vyčerpání redaktorky hlavních Událostí ČT. Vyvrácení hlavních protiočkovacích mýtů a srozumitelné vysvětlení významu očkování novinářům. 96 pozitivních výstupů, celkový zásah: 7 237 997 OTS, AVE: 2 859 094 Kč. Min náklady – významný zásah veřejnosti. Propojení klíčových novinářů s klientem, vyprofilování validního odborníka prof. Chlíba, ČVS. Trvajícím zájem novinářů o komentáře prof. Chlíba, kontaktování agentury. Pokračování projektu pro rok 2015.